

# Radiodifusió: les arrels del present

---

JOSEP M. MARTÍ MARTÍ

L'actual mitjà de comunicació de masses que coneixem amb el nom de radiodifusió no té res a veure amb les possibilitats que els científics albiraven, fa uns cent cinquanta anys, a un suport configurat per unes ones invisibles, anomenades electromagnètiques. El context històric en el que Maxwell primer i Hertz després oferiren a la comunitat científica la seva descoberta estava marcat per una munió d'experiments de laboratori, la major part dels quals no arribaren a passar mai de l'estadi de la formulació teòrica sobre el paper. El fet que aquestes ones, primer quasi màgiques, arribessin a convertir-se en un invent d'utilitat pràctica ens ajuda a entendre una mica les complicades interaccions que sempre han existit entre la ciència, la tecnologia i l'economia.

10 La segona meitat del segle XIX està marcada per l'obsessió de salvar les distàncies de la manera més fàcil i efectiva per facilitar les comunicacions i els transports. La descoberta del telègraf i del telèfon com a suports, tot i la seva eficàcia, no eren suficients per connectar els indrets que la producció econòmica i l'eixamplament dels mercats demanaven. Del grapat de científics, tècnics i amants de la física recreativa que coneixien cap a finals del segle els avenços de l'electromagnetisme, n'hi havia un que fou capaç d'establir la dimensió pràctica de l'invent, convertint-lo per tant en una

tecnologia aplicable i, a més, prou hàbil per trobar sectors econòmics interessats en invertir-hi els diners necessaris per posar-lo en marxa. Es tractava de l'italià Marconi, al que alguns atorguen la paternitat de la radiodifusió. Fill d'una família benestant, és el paradigma de l'home fet a si mateix, pragmàtic i dotat del sentit comercial necessari i de la capacitat de persuasió per trobar els diners, primer entre la seva família, per començar a mostrar els avantatges de la descoberta.

TSF. Aquestes tres lletres i l'abast que donen –transmetre sense fils– seran l'esquer que farà caure els anglesos als braços de Marconi. Primer els fars i més tard els vaixells de la flota de Sa Majestat seran equipats amb aparells de radiocomunicació.

El nou suport esdevindrà una arma estratègica que totes les potències mundials voldran obtenir. Emperò, l'invent sortirà del cercle tancat dissenyat per Marconi i els seus socis amb la seva estratègia de patents i comercialització. Seran els autoproclamats sensfilistes, és a dir, els afeccionats a una tècnica que convertiran en artística, els qui s'encarregaran de difondre-la arreu del món.

Els afeccionats no professionals, els científics de cap de setmana, els “xispes” de barri i de poble, formaran la legió de difusors que a Catalunya tindrà el nou suport de comunicació, la utilitat futura del qual encara estava, en la primera dècada del segle, a les beceroles. Són molts els qui creuen que sense ells el naixement del potencial mitjà de comunicació massiva que comportaven les ones electromagnètiques s'hauria retardat.

11

## **La utilitat telegràfica i militar**

Malgrat les utilitats alternatives, les primeres funcionalitats de la radiodifusió (la substitució del telègraf i les comunicacions militars) faran que sigui una activitat

intervinguda per l'Estat i definida per llei com a monopoli en la major part dels països. L'ambient prebèl·lic ajudarà a restringir la seva utilització pels particulars. Quan Fessenden primer i més tard De Forest, amb el descobriment de les vàlvules moduladores, incorporen el so a les ones electromagnètiques, l'ambient restrictiu en el funcionament de la ràdio serà un fet arreu i a ningú se li passarà pel cap, almenys pel moment, la possibilitat que un dia el suport fos de lliure accés pel públic.

La ràdio ha estat sempre un invent de pioners dotats amb un cert sentit de la prospectiva. El Marconi americà, l'home que va apuntar el que més tard seria la utilitat dominant de l'invent, era un enginyer de l'American Marconi, es deia David Sarnoff i va ser l'operador de les comunicacions establertes entre el vaixell Titànic i la central de Nova York el dia del seu enfonsament. En l'informe que va passar als seus caps amb posterioritat a l'incident, suggeria que la radiodifusió podria ser una "capsa de música" instal·lada a les llars americanes de la mateixa manera que fins aleshores hi havia dominat el fonògraf; el cert és que el varen pendre per boig i somiatruïtes i les seves propostes es van desar al calaix.

Va ser un company de Sarnoff, Frank Conrad de la Westinghouse, l'encarregat de fer possible les noves utilitats del suport electromagnètic: l'entreteniment i la informació. La seva petita emissora de Pittsburg va comptar amb el suport econòmic necessari de l'empresa en la que treballava després que les seves emissions comencessin a tenir un cert impacte popular. Darrera d'aquest interès no hi havia cap afany altruïsta, solament el convenciment dels directius que l'extensió de l'ús de l'invent podria ésser un bon negoci.

## **El naixement de la ràdio**

L'any 1920 és la data que tothom considera com la del naixement de la radiodifusió com a mitjà de comunicació de masses, superant el paper primigeni de substituta de telègraf alàmbic. L'atractiu que podia tenir per al gran públic l'emissió de música i de paraula feia possible que les grans fàbriques de material elèctric es plantegessin de manera decidida la producció industrial d'aparells i la seva comercialització. L'exemple de la Westinghouse americana fou seguit de manera ràpida per la major part de marques europees, especialment les britàniques, alemanyes i franceses. Totes elles donaran suport a les iniciatives d'establiment d'estacions radiodifusores de funcionament regular.

Els aparells de ràdio galena —d'audició individual, fabricats pels afeccionats, la guia de fabricació dels quals figurava fins i tot en els manuals dels boy-scouts—, foren substituïts per aparells de vàlvules. Es tractava més que d'un artefacte antiestètic, d'un moble que s'havia d'integrar ràpidament en la decoració dels menjadors i les saletes d'estar de la major part de les famílies de tots els països desenvolupats. El somni de la “caixa de música” de Sarnoff havia triomfat, si bé uns anys més tard, molt pocs, des de la seva predicció, però en tota la línia.

Els següents problemes amb els que s'hauria d'enfrontar el nou mitjà de comunicació tindrien dues vessants, en realitat interconnectades, la legalització de la seva activitat i el finançament. Com ja hem dit, d'antuvi, la utilitat de l'espai radioelèctric havia estat declarada monopoli de l'estat a la majoria dels països del món on havia arribat l'invent; era evident que l'espectre de freqüències no era il·limitat i que calia marcar unes certes condicions d'utilització, però l'apropiació

que del mateix n'havia fet l'estament militar –recordem que som encara a la sortida de la primera guerra mundial– dificultava una solució oberta al problema. A Espanya les coses es complicaven una mica més. El Directori Militar de Primo de Rivera era reticent al lliure funcionament d'un mitjà de comunicació que s'anava introduint progressivament a la societat, però per altra banda, alguns ministeris eren particularment sensibles a les pressions de les filials americanes de les grans marques de producció d'aparells de ràdio i del sector elèctric, les quals cercaven aliats a la península per desenvolupar l'invent.

La solució de compromís fou la de permetre, amb restriccions horàries i de contingut, el funcionament d'algunes emissores; l'“Asociación Nacional de Radio” on hi havia presents els industrials i comerciants del ram va posar en marxa Ràdio Barcelona i una empresa amb composició social semblant va fer funcionar una mica més tard “Unión Radio” a Madrid. Els radioaficionats, els autèntics propagadors de l'invent a casa nostra, quedaven com a companys de viatge dels projectes, malgrat tot ells seguien amb les seves petites estacions particulars sotmeses també a tota mena de restriccions. Cal fer notar, per últim, la total dependència tecnològica externa d'aquesta naixent radiodifusió espanyola i catalana, no solament pel problema de la nacionalitat de les patents, sinó també pel fet que no hi havia indústria autòctona qualificada ni en la construcció dels emissors ni tampoc en la producció dels aparells receptors en sèrie, com la ràpida implantació del mitjà demanava. Per acabar d'adobar-ho va caler manllevar l'ajuda dels enginyers del Servei Telegràfic, els quals es convertiren en els directors tècnics de l'operatiu de totes les ràdios que anaven naixent.

## El finançament

El segon problema plantejat arreu, i que estava en les arrels de la crisi que es va plantejar al cap de poc temps del funcionament de Ràdio Barcelona, fou el del finançament del servei de radiodifusió. En l'inici, als EEUU la Westinghouse havia proposat que fossin els propietaris dels aparells els que paguessin directament a la seva emissora els costos de les emissions, però estava clar que ja aleshores hom en podia escoltar altres amb el mateix receptor sense haver de pagar i que, per tant, ningú donaria un duro a la fàbrica.

El paradigma de l'estat de la qüestió aleshores el donaria el resultat d'una enquesta feta l'any 1925 per la revista americana "Radio Broadcast". La pregunta clau es referia a la solució més adequada per finançar el servei de les emissores: la fiscalitat o la publicitat; segons l'opinió dels seus lectors, oients tots ells, el millor era l'impost sobre tinença d'aparells. El fet paradoxal és que guanyés aital solució precisament en el país que seria el primer en desenvolupar la ràdio comercial finançada exclusivament pels anuncis.

L'opció escollida al vell continent va ser la contrària. En els inicis en realitat fou mixta, més tard es decantà a la majoria dels països cap a l'impost, directament aplicat a la possessió d'un aparell receptor, igualment com s'havia aplicat sobre els emissors que feien funcionar dels radioaficionats. A Espanya, les ràdios dels anys 30 rebien les aportacions dels oients, organitzats en forma de club, més les de la publicitat que començava a entrar amb comptagotes. Val a dir que a casa nostra, fins després de la Guerra Civil, el suport dels oients fou més vital que els diners dels anunciats. Es tracta d'un tema poc estudiat malgrat ser un element clau per comprendre el sentit patrimonial que moltes poblacions tenien sobre l'emissora

existent a la seva població; fins i tot, la titularitat va arribar a ser de les associacions d'oients com és el cas, entre molts d'altres, de Ràdio Club Manresa i Terrassa. Aquests clubs d'oients, el de Ràdio Barcelona s'anomenava "Servicio de Radio para todos", donaven molts serveis: premis en concursos regulars, descomptes en la compra d'aparells receptors, arranjament a bon preu de les nombroses avaries que es produïen, etc. Els associats, tant a l'emissora degana com a les altres, es comptaven per milers.

## **Dos models legals i de gestió**

El grau d'intervenció estatal en el control i el funcionament de la ràdio, així com les diferents fórmules de finançament, varen ser els elements bàsics que havien de definir els dos grans models sota els quals funcionaria el nou mitjà arreu del món des d'aleshores fins a l'actualitat. El model liberal, implantat als EEUU, immediatament després de la promulgació de la "Radio Act", deixava la gestió de l'espai radioelèctric en mans d'un organisme públic, però independent com la FCC, el qual regulava la utilització de les freqüències sota uns condicionaments mínims; de la resta del seu esdevenidor se n'ocupava el mercat, és a dir, les lleis de l'oferta i la demanda. Els recursos econòmics per al funcionament de les emissores s'obtenien únicament i exclusiva a base de publicitat. Per completar el panorama, l'opció americana integrava la variada i exigent legislació anti-monopoli: cap propietari podia ser-ho de més de quatre emissores; aquesta circumstància va configurar un model basat en la ràdio local, servida per grans cadenes de programació on l'afiliació era voluntària i sempre condicionada als bons resultats econòmics i d'audiència, és a dir, manava —i mana— l'hipercompetitivitat.

L'Europa dels anys 30 es movia en un altre context econòmic i, sobretot, polític. El servei telegràfic, utilització primigènica de la radiodifusió, estava en mans de l'estat, en general l'espectre radioelèctric estava molt condicionat per altres estaments com el militar. L'apropiació de la ràdio com arma de propaganda política per part dels partits feixistes, un d'ells l'alemany, abans de la seva arribada al poder, va fer augmentar tots els controls i les limitacions i, després d'una etapa de permissibilitat, a l'acabar la Segona Guerra Mundial hi hagué un decantament total cap a la gestió pública. A grans trets el model públic es definia a partir de la titularitat i la gestió exclusiva de l'espectre radiodifusor per part de l'estat; l'explotació es concedia a un organisme públic, el referent obligat del qual en la major part dels casos fou la BBC, creada l'any 1926, i que fins l'actualitat ha servit de guia a la resta de les organitzacions radiodifusores europees de titularitat pública com l'ORF francesa, la RAI italiana o RTVE. Sense àmbit possible per a la ràdio privada, comercial o no, la radiodifusió pública operava sota el paradigma més o menys paternalista del "formar, informar i entretenir".

En conjunt, i des dels seus inicis com a mitjà de comunicació de masses, la ràdio ha desenvolupat dos models d'implantació i dues concepcions diferents de les seves funcions, les quals semblen confluir ara en una situació diferent, molt condicionada per la liberalització de l'activitat radiodifusora, allò que es coneix com a desregulació. Paradoxalment, mentre els EEUU han hagut de reinventar la ràdio pública per oferir serveis que les ràdios comercials no donen, l'Europa de les pàtries, i sobretot la del mercat únic, està menant la radiodifusió cap a la jungla de l'oferta i la demanda sense haver pensat massa quina funció i quins



recursos pensa atorgar als, altre temps, poderosos i monopolístics organismes públics de radiodifusió.

Queda fora de dubte que la radiodifusió és, al cap de 80 anys, un mitjà fortament arrelat a tots els països del món, però també està clar que encara ha de decidir quina serà la seva orientació definitiva.